

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองราชบุรี ซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ อันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ของผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนและเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในท้องถิ่น จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 225 ราย โดยการเปิดตาราง (Sudman, 1976, อ้างถึงใน กุณฑลี เวชสาร, 2545 : 192) โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามสัดส่วนของผู้ใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี และใช้การเลือกตัวอย่างด้วยวิธีตามสะดวก (Convenience Sampling) ตาม คีลเลอร์ ที่เป็นโชว์รูมตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ และเป็นสถานที่ที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ในอำเภอเมืองราชบุรี มีทั้งหมด 9 แห่ง ซึ่งคีลเลอร์ที่เป็นโชว์รูมตัวแทนจำหน่ายรถยนต์และให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ด้วยมี จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ บริษัท เกียรติศิริฮอนด้าคาร์สราชบุรี จำกัด บริษัท ช.เอราวัณอโตเซลส์ จำกัด บริษัท โตโยต้าริชชีราชบุรี จำกัด บริษัท มาสด้าราชบุรี จำกัด บริษัท อีซูซุราชบุรีเซลส์ จำกัด บริษัท สยามนิสสันราชบุรีมอเตอร์ จำกัดและบริษัท ชนะยนต์ จำกัด

ดีลเลอร์	จำนวน
1. บริษัท เกียรติศิริฮอนด้าคาร์สราชบุรี จำกัด	25
2. บริษัท ช.เอราวัณอโตเซลส์ จำกัด	25
3. บริษัท โตโยต้ารีซรัราชบุรี จำกัด	25
4. บริษัท มาสด้าราชบุรี จำกัด	25
5.บริษัท อีซูซุราชบุรีเซลส์ จำกัด	25
6.บริษัท ประกิตมอเตอร์เซลส์ จำกัด	25
7.บริษัท สยามนิสตันราชบุรีมอเตอร์ จำกัด	25
8.บริษัท ชนะยนต์ จำกัด	25
9.บริษัท ชูชุกี จำกัด	25
รวม	225

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่ใช้บริการสินเชื่เพื่อการค้าเช่าซื้อรถยนต์ ซึ่งอยู่ในอำเภอเมืองราชบุรี จำนวนทั้งสิ้น 225 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบจากการใช้บริการสินเชื่อ เพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงบริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถยนต์ จะใช้มาตรวัด Rating Scale โดยมีคำตอบที่เป็นระดับความสำคัญให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ระดับความสำคัญ ปัจจัย

คะแนน

มากที่สุด

5

มาก

4

ปานกลาง

3

น้อย

2

น้อยที่สุด

1

เมื่อนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ สามารถแปลความหมายตามเกณฑ์ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.50 - 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.50 - 4.49	หมายถึง	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50 - 3.49	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50 - 2.49	หมายถึง	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 - 1.49	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาใช้เวลา 10 เดือน โดยเริ่มทำการศึกษาดังแต่เดือนกรกฎาคม 2552 ถึงเดือนเมษายน 2553 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือน กุมภาพันธ์ 2553